

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah.....	2
I.3. Rumusan Masalah.....	3
I.4. Batasan Masalah	3
I.5. Tujuan dan Manfaat	3
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	4
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. PESANTREN ALQURAN ALFALAH II NAGREG BANDUNG SEBAGAI PESANTREN <i>MODERN</i>	5
II.1 Landasan Teori	5
II.2 Objek Perancangan.....	6
II.2.1 Sejarah Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Falah II Nagreg.....	6
II.2.2 Profil Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Falah II Nagreg	8
II.2.3 Fasilitas Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Falah II Nagreg	9
II.3 Wawancara	13
II.4 Studi Observasi.....	14
II.5 Kuesioner.....	17
II.4 Analisis Permasalahan.....	23
II.5 Resume	24
II.6 Solusi Perancangan.....	25

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	26
III.1 Khalayak Sasaran	26
III.1.1 Demografis	26
III.1.2 Geografis	27
III.1.3 Psikografis	27
III.1.4 <i>Consumer Insight</i>	28
III.1.5 <i>Consumer Journey</i>	28
III.2 Strategi Perancangan	29
III.2.1 Logo sebagai Identitas Visual Utama	29
III.2.2 Pengertian Identitas dan Logo	30
III.2.3 Jenis-jenis Logo	30
III.2.4 Identitas Visual yang Baik	32
III.2.5 <i>Briefing Question</i>	32
III.3 Strategi Komunikasi	34
III.3.1 Tujuan Komunikasi	34
III.3.2 <i>Statement Positioning</i>	35
III.3.3 <i>What to Say</i>	35
III.3.4 Pendekatan Komunikasi	36
III.3.5 Pendekatan Verbal	36
III.3.6 Pendekatan Komunikasi Visual	36
III.4 <i>Mandatory</i>	36
III.4.1 Materi Pesan	37
III.4.2 Gaya Bahasa	37
III.4.3 <i>Keyword</i> dan <i>Keyvisual</i>	37
III.4.4 Gagasan Visual Logo	38
III.5 Identitas Visual Pesantren Al-Qur'an Al-Falah II Nagreg	41
III.5.1 Filosofi Logo dan Warna	41
III.5.2 Struktur Logo dan <i>Grid System</i>	43
III.5.3 Varian Logo dan Ukuran Minimum	44
III.5.4 Varian Warna	46
III.5.5 Area Kosong	47
III.5.6 <i>Supergraphic</i>	47

III.5.7 Penggunaan logo yang dilarang	48
III.5.8 Tipografi.....	51
III.6 Strategi Media	52
III.6.1 Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	53
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	56
IV.1 Media Utama.....	56
IV.2 Media Pendukung	56
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
V.1 Kesimpulan	68
V.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	71